

ПОЗИТИВНИЙ ТА НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ НА УКРАЇНСЬКИЙ ШОУ-БІЗНЕС

Корнієнко В.Р.

Харківська державна академія культури

Масова культура, як вважають більшість вчених, існувала завжди, однак раніше не мала такого вагомому впливу на цивілізацію і на діячів культури та мистецтва, як у нинішній час. В масовій культурі є безліч наукових визначень. Всі вони сходяться в одному: вони розуміють під цим явищем широко поширені в суспільстві культурні елементи. У статті аналізуються засоби корегування впливу масової естрадної музики, розглядаються можливі механізми контролю держави за ціннісним розвитком масової музичної культури як фактора соціалізації й піднесення рівня духовної культури нації.

Ключові слова: масова культура, поп-культура, шоу-бізнес, масова музична культура, естрадна пісня, фольклор.

Постановка проблеми. Актуальністю даного дослідження постає вирішення проблеми залучення молоді до кращих зразків сучасної масової естрадної культури та музики, найпопулярнішої в означеної вікової групи та висвітлення культурологічного аспекту масової музики, можливості корегування його соціального впливу.

Аналіз останніх досліджень. Щоб зрозуміти природу масової культури, яка орієнтується на масову аудиторію, і стала невід'ємною складовою сучасного українського життя, не досить лише засобів мистецтвознавчого аналізу. Вивчення масової культури потребує комплексного підходу, побудованого на методах, напрацьованих філософськими і культурологічними розвідками. Про доцільність такого підходу свідчить впровадження у мистецтвознавчий обіг останніх десятиліть розроблених у зарубіжній і вітчизняній літературі понять «індивід», «індивідуальність», «особистість» такими дослідниками, як К. Маркс, З. Фрейд, К. Юнг, К. Гольдштейн, С. Рубінштейн, Т. Парсонс, В. Франкл, А. Маслоу, Н. Рейнвальд, М. Хайдеггер, М. Бубер, Е. Фромм, І. Кон, К. Платонов, А. Косарев, П. Сорокін, І. Бахтін, М. Шлемкевич, Д. Чижевський, О. Донченко, Ю. Романенко та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Досить часто масова культура зводилась до псевдокультури чи простого «кітч», який не має ані художнього, ані естетичного змісту. Проте таке спрощене уявлення про масову культуру не пояснює причини набуття цим явищем всезагального характеру. Варто вказати на розведення понять «масова культура» і «популярна культура» (П. Берк та ін.). Тому останнім часом у вітчизняній науці починають з'являтися роботи, в яких масова культура розглядається як принципово новий шар культури. У новому ракурсі досліджуються окремі види мистецтва, що орієнтовані на масову аудиторію наприклад, шоу-бізнес, кінематограф, театралізовані масові дійства, музика, література (праці М. Рогожі, А. Данилюка, О. Гриценка, В. Скуратівського, А. Фінько, І. Мойсеева, К. Ботанової, В. Дивнич, В.М. Шейка та ін.).

Мета статті. Метою даної статті є зорієнтувати та направити сучасну молодь з витоками масової культури, що є фундаментом сучасної поп-культури та шоу-бізнесу, та з самобутньої естрадної пісні, зокрема з історією народної пісні.

Виклад основного матеріалу. Поняття «поп-культури» народилося на початку 1930-х років, її серйозне вивчення почалося в 1960-і роки. З тих пір було опубліковано безліч досліджень, автори яких намагалися визначити: що первинно – культура певної групи людей (субкультура) або масова куль-

тура. Єдиної думки із цього приводу доки не сформувалося, тому що масова культура функціонує за особливими законами, що до кінця не зрозуміли. Існує ряд гіпотез, автори яких намагаються пояснити феномен поп-культури.

В сучасну епоху дослідження маскультури почалися із праць Метью Арнольда. Значущість досліджень Арнольда полягає в тому, що він виплекав традицію, особливий погляд на масову культуру, уявлення про її особливе місце в загальній царині культури. Його підхід став відомим під назвою «культура та цивілізація».

Арнольд усвідомлював культуру двох поглядах. Перший й найголовніший полягає в тому, що культура – це сукупність знань. Це те, що, вживаючи його відомий вислів, «найкраще зі сказаного та придуманого у світі». По-друге, культура переймається тим, щоб «забезпечити панування розуму та Божої волі». «Моральний, соціальний і добродійний характер культури» стає очевидним у «насолоті та світлі» другого твердження. Культура – це стремління дізнатися найкраще та зробити так, аби це знання працювало на благо всьому людству.

Отже, для Арнольда культура – це здатність знати найкраще, саме найкраще, розумове й духовне застосування найкращого та стремління до найкращого.

Одним за найвідоміших авторів, який намагався розібратися в походженні та становленні масової культури був Джон Сторі, автор книги «Винахід Масової Культури: від Фольклору до Глобалізації». Він вказує, що розуміння поп-культури зазнавало серйозні зміни з часом. Крім того, на його думку, сам термін «масова культура» був винайдений представниками інтелектуальної еліти і апріорі несе в собі негативну оцінку. Він приводить наступний приклад: фольклор існував завжди у всіх народів, він грав найважливішу роль в культурному житті людства, проте інтелектуали виявили його існування і визнали його важливість лише в XVIII столітті.

Отже, культура набуває приставку «поп» в разі, якщо вона перетворюється на щось більше, ніж просто гру розуму або творче рефлексування – твір має стати широко популярним у суспільстві.

Гарна масова культура («масове мистецтво») здатна наново встановити зв'язок між виконавцем та аудиторією, втрачений упродовж індустріалізації та урбанізації. Гол і Веннел пояснюють: «Масове мистецтво за своїм еством є традиційним мистецтвом, котре енергійно перевизначає вже відомі цінності та позиції, котре вимірює та підтверджує, але привносить у це подив, що його завжди викликає мистецтво. Таке мистецтво з народним поєднує справжній контакт між аудиторією та виконавцем,

однак воно відрізняється від народного тим, що являє собою індивідуалізоване мистецтво, витвір знаного виконавця. У питанні формулювання спільних цінностей та тлумачення досвіду аудиторія як суспільне коло, наразі, залежить від майстерності виконавця та від сили його особистого стилю».

З таким розмежуванням мистецтва та масового мистецтва пов'язана певна проблема: чіткість цього розмежування залежить від «здатності викликати подив», але це є модерністське визначення мистецтва. До модерністської революції все сказане про масове мистецтво можна було сказати і про мистецтво взагалі. Окрім того автори також виділяють в окрему категорію «комерційне мистецтво».

Отже, існує масове мистецтво (гарне чи погане), існує просто мистецтво (гарне чи погане) та існує комерційне мистецтво. Останнє є «зіпсованим» різновидом масового мистецтва; у цьому питанні Гол і Веннел некритично запозичають стандартні аргументи критиків щодо масової культури: воно є шаблонним, естетично нікчемним, емоційно порожнім і пропонує лише втечу від дійсності [1].

Масове мистецтво – це маскультура, що піднялася над своїми джерелами. На відміну від поп-музики, яка являє собою оброблене комерційне мистецтво, масовим мистецтвом є, наприклад, «найбільш передовий джаз».

Розглядаючи поп-музику можна зробити висновок, що «картина експлуатації невинних молодих людей» музичною індустрією є надто спрощеною. Часто виникає суперечність між тим використанням тексту або товару, що його аудиторія обертає на текст та застосуванням, на яке розраховувати виробники.

Музична поп-культура – пісні, журнали, концерти, фестивалі, інтерв'ю з поп-зірками – сприяє становленню особистості молодих людей: «Культура, що її постачає ринок комерційних розваг, відіграє дуже важливу роль. Вона віддзеркалює думки та настрої, що вже існують, і водночас надає простір для вираження себе та набір символів, за допомогою котрих можна вистроїти такі позиції. Підліткова культура являє собою суперечливу суміш справжнього та синтетичного: вона є сферою самовираження для молодих та рясним пасовищем для комерсантів від культури».

Поп-музика виявляє «емоційний реалізм». Молоді люди «отождоюють свої почуття з цими колективними уявленнями та використовують їх як фантазії-орієнтири. Такі фантазії є фольклором, за допомогою якого тінейджер створює та викшталтовує уявлення про світ». Гол і Веннел також описують, як підлітки використовують особливу манеру розмовляти, одягатися й танцювати, а також відвідують особливі місця, щоб покласти межу між своїм світом та світом дорослих: вони називають стиль одягу «другорядним масовим мистецтвом, що ним послуговуються для вираження певних сучасних позицій, приміром, моду виявляти соціальний нонконформізм і бунтарський дух».

«Зірками» світової поп-культури з рівним успіхом ставали незліченні музиканти, актори, журналісти, політики і спортсмени, художники (Сальвадор Далі і Пабло Пікассо), письменники (Ернест Хемінгуей), вчені (Альберт Ейнштейн і Зігмунд Фрейд), релігійні лідери (Папа Римський і Далай-Лама), терористи (Карлос «Шакал» і Усама Бен Ладен), злочинці (Джек-Різник), літературні персонажі (Джеймс Бонд і Гаррі Поттер), герої мультфільмів (Міккі Маус і Чебурашка), революціонери (Че Гевара і Мао Цзе-дун), персонажі коміксів (Супермен і Людина-Павук), автомобілі (Volkswagen Beetle), на-

пої (Coca-Cola), телеканали (MTV і CNN), продукти харчування (гамбургер і суши), побутова електроніка (стільниковий телефон і комп'ютер), предмети одягу (джинси), тварини (панда), рослини (коноплі), міста (Париж), гори (Еверест) та ін.

Деякі з поп-культурних «ікон» мають довге життя, їх популярність переходить з покоління в покоління, інші стають знаменитостями-одноденками, про які незабаром забувають. У кожному разі, з їх допомогою поп-культура формує якийсь новий спосіб спілкування, який використовується безліччю людей в повсякденному житті: так, наприклад, забавні фрази політиків, персонажів рекламних роликів, телепередач або кінофільмів стають частиною живої мови і використовуються як своєрідні прислів'я, що ілюструють лад думок мовця.

Але уся їх діяльність ґрунтується, що ще довів Джон Сторі, на фольклорі, а доноситься до нас вже в трансформованому та обробленому вигляді, підкорюючись стандартам та потребам сучасного глядача – стилізації.

Аналізуючи вплив масової культури, а саме – масової музичної культури, можна зробити висновок, що прояви традиційної культури різко змінилися та трансформувалися. Масова музична культура, все частіше, перебирає на себе чин першості і має вагомий вплив на формування суспільної поведінки і самосвідомості молоді, яка є найпершим суб'єктом прояву масової культури. Проявом сучасної масової культури молоді є різні субкультури. Цей тип культури характеризується своєю мовою, модою, мистецтвом і стилем поведінки. Вона дедалі більше стає неформальною культурою, носіями якої виступають підліткові групи, фани рок-груп. Недосконалість системного підходу в галузі музичної освіти є однією з причин некритичного запозичення популярних зразків із західних відеокліпів замість пошуку власної індивідуальності, оскільки саме індивідуальність є найціннішою рисою творчої діяльності артиста, найвищим виявом його професійного таланту і майстерності. Невиблагливі молоді глядачі захоплюються концертами виконавців з нерідко сумнівним репертуаром, роблячи акцент не на талановитість артиста та унікальність його репертуару, а на видовищність.

Вирішенням такої проблеми набуває залучення молоді до кращих зразків сучасної масової естрадної музики, найпопулярнішої в означеній віковій групі. Це надзвичайно актуально сьогодні!

У зв'язку з функціонуванням масової музики, як значущого соціального фактора, що набуває значущості серед молоді по-новому висвітлюються культурологічний аспект масової музики, можливості корегування його соціального впливу.

Сучасна українська молодь є малообізнаною з історією самотньої національної естрадної пісні, зокрема з історією народної пісні, яка є «батьком» естрадної пісні.

Молоде покоління слабо орієнтується в музичних стилях, навіть сучасної розважальної музики, фактично не маючи уявлення про процес створення естрадної пісні та її популяризації, про її авторів, поетів і композиторів. На слуху лише імена виконавців. Навіть викладачі музики в загальноосвітніх школах часто не можуть дати відповідь учням щодо стилізованих напрямів і специфіки творчості популярних естрадних виконавців та колективів. Тому вплив масової естрадної музики на молодого слухача потребує кваліфікованого корегування, починаючи ще з шкільних уроків музики, в першу чергу, розкриваючи індивідуальний потенціал та особливості учня, його уподобання. [5]

Специфіка естрадно-вокального виконавства як різновиду творчості визначається доцільністю впровадження в її зміст та структуру різноманітних форм, методів та засобів, які забезпечуватимуть об'єктивізацію позитивно зарядженої масової музичної свідомості.

Важливе значення в музичній естраді мають навчання та виховання, спочатку, в позашкільних центрах, де є гуртом «вокалу» або в музичних школах, в мистецькому колективі, адже лише за такої вимоги виконавець зможе повністю набути, розкрити і, згодом, застосувати свої професійні здібності та навички. Засобом набуття професії є фахове навчання майбутніх артистів на кафедрах естрадної музики у вищих навчальних закладах мистецького профілю (консерваторіях, університетах культури і мистецтв, інститутах культури тощо).

Найчастіше, вже вивчений артист-виконавець, загублює свій індивідуальний смак та погляди, піддаючись впливу шоу-бізнесу та за пропановою йому ідеєю режисера концертних майданчиків. Адже зараз дуже багато артистів: талановитих, та тих, у кого є фінансові та впливові можливості презентувати їх, як артиста, на великій сцені. І, навіть, талановитий артист, маючи свої смаки, піддається течії моди масової культури та настанов режисера, щоб утримати пласт в шоу-бізнесі. Це обумовлено однією з найактуальніших невирішених проблем в українському шоу-бізнесі – нестача концертних майданчиків, а також клубів живої музики (з метою налагодження фахової концертно-гастрольної діяльності вітчизняних артистів). Навіть у столиці таких закладів обмаль, а в провінції та маленьких містечках їх узагалі одиниці. Оскільки кількість концертних майданчиків обмежена, місць для репетицій та виступів естрадних гуртів мало. Це переважно Палац «Україна» і Палац спорту. Якщо в останньому відбуваються здебільшого масові молодіжні заходи, то Палац «Україна» надає свою сцену для виступів українських артистів та зарубіжних «зірок».

Ще більшу проблему відчуває український шоу-бізнес з великими концертними майданчиками. Хоча матеріальною метою естрадного шоу-бізнесу є отримання музикантом належного прибутку, та гроші потрібні й для розкрутки альбомів, запису дисків, зйомки кліпів і таке інше.

Якщо ж трапляється якась велика сцена, то це на честь всеукраїнського або міського свята. Для глядача дійство відбувається безплатно.

Згідно з С. Кримським, стан української масової культури – переважно естрадноцентристський, а академічна музична культура в націєтворчому її вимірі є нині фактично маловпливовою. Однак професійне пісенне виконавство (неважливо, в академічній сфері чи на естраді) передбачає органічне поєднання базових музичних навичок (вони виробляються тільки в процесі академічної освіти) і специфічних стильових особливостей, які пропонуються на тому чи іншому етапі розвитку шоу-бізнесу.

Тому комерційна діяльність у галузі масової культури має програмуватися як цілеспрямована системна діяльність з продуктування, організації тиражування, масового поширення та використання творів виконавських жанрів мистецтва (музики, театру, музично-естрадних шоу, екранних мистецтв, зародків фолку тощо). Актуальним у зв'язку з цим видається створення корпоративної структури між радіостанціями, яка б ґрунтувалася на загальноприйнятних для неї принципах діяльності, що діють на медіа-ринку.

Але наш український шоу-бізнес ще не виріс до такого рівня, як це, наприклад, трапляється в США.

Тому конче необхідним є створення таких умов, за яких виграватимуть усі учасники шоу-ринку: і шоу-бізнес, і мас-медіа, і держава. Тому нині необхідно докладати всіх зусиль для реальної зміни ситуації в національному шоу-бізнесі та мас-медіа. Насамперед для успішного поступу українського шоу-бізнесу слід запровадити політику жорсткого протекціонізму, коли приблизно 80 відсотків музично-естрадного ефіру вітчизняні телерадіокомпанії згодні віддати вітчизняному виконавцеві без жодних обмежень. На початковому етапі становлення національного телевізійного шоу-бізнесу припустимим є напівпрофесійний рівень фонограм та кліпів і трансляції їх в ефірі. Передбачається «нульова» ставка на виступи вітчизняних виконавців й мінімальні авторські відрахування за теле- радіопротекцію з метою захоплення та підтримки україномовного музичного простору. Але революційного зламів в процесі споживання естрадної продукції не відбудеться через вимогливість естетичних смаків. Справді культурна людина на має порівнювати свій рівень естетичної культури з ціннісною шкалою авторитетних фахівців: письменників, художників, композиторів тощо.

Проаналізувавши прояв масової музичної культури на Україні та думки відомих філософів та культурологів, які займалися темою масової культури, можна зробити висновки, що у масовій культурі сформувалася досить стала традиція розглядати цей вплив виключно в негативному світлі: в категоріях маніпулювання свідомістю, особливо свідомістю молоді. Найбільш закінчена й цілісна концепція такого сприймання масової культури була запропонована іспанським філософом, мистецтвознавцем і критиком Х. Ортегою-і-Гасетом (1883–1955), автором відомого есе «Повстання мас» (1930). Його доктрина «раціовіталізму» передбачає взаємопроникнення філософії і життя, науки і мистецтва. В антигуманних установах, які нав'язуються мільйонам людей у тоталітарних суспільствах, філософ бачить причину всіх трагедій ХХ століття [3].

Оскільки феномен «масової культури», з точки зору його значення в розвитку сучасної цивілізації оцінюється багатьма вченими неоднозначно, то в залежності від тяжіння до елітарного чи популістського способу мислення культурологі схильні відносити його або до соціальної патології, з симптомами виродження суспільства, або навпаки, вважати важливим фактором його здоров'я та внутрішньої стабільності. До першої половини культурологів, відносились О. Шпенглер, Х. Ортега-і-Гасет: Е. Фромм, М. Бердяєв, висловлювали критичний підхід до «масової культури», який зводився до її звинувачення в зневажанні класичної спадщини, розрушення та негативного впливу на духовність та сталі традиції, у тому що вона являється інструментом свідомого маніпулювання людьми: підкоряє й уніфікує основного творця будь-якої культури – суверенну особистість, сприяє її відчуженню від реального життя, відволікає людей від її основного завдання – «духовно-практичного освоєння світу» (К. Маркс).

Апологетичний підхід, навпаки, виражається в тому, що «масова культура» проголошується законним наслідком безупинного науково-технічного прогресу, що вона допомагає згуртувати людей, у першу чергу молодь, незалежно від будь-яких ідеологій та національно-етнічних відмінностей, у стійку соціальну систему, і не тільки не відмовляється від культурної спадщини минулого, але і його кращі зразки робить надбанням широких верств населення шляхом їх тиражування через друкування, радіо, телебачення, різноманітні шоу-програми, масові народні видовища та промислове виробництво.

Та як же розвивається і реалізується творча особистість під впливом масової культури?

Особистість, як суб'єкт творчої діяльності, яскраво проявляється в таких сферах масової культури як естрада та шоу-бізнес. Особливість професійної майстерності митця полягає, в першу чергу, в її творчому характері й професійному спрямуванні. Творчість є необхідною умовою ефективності професійної діяльності митця, засобом досягнення бажаного результату й складає сутність змісту його діяльності. Однак професійна діяльність митця не обмежується застосуванням вироблених методик, стандартних форм і засобів, а потребує творчих підходів, пошуків, оригінальних рішень.

Щоб бути на плаву творча особистість постійно повинна виховувати в собі такі професійні якості: ділове спрямування, коли її домінуючі інтереси, потреби, визначаються завданням діяльності; спрямування на спілкування, де більшу цінність для особистості становить взаємодія з іншими людьми; егоцентристське спрямування, коли поведінка й діяльність особистості визначаються власними інтересами, потребами, що є для неї найбільш значущими. Водночас кожна особистість відрізняється за змістом основного домінуючого спрямування – естетичного, пізнавального, суспільного, професійного, розважального й інших, що в свою чергу, характеризується такими властивостями, як: рівень, широта, стійкість, дієвість.

Розвиток емоційної сфери особистості – одне із головних завдань митця та масових видів мистецтва, але не самоціль, а частіше – та сходинка, що дозволяє піднятися до свідомості особистості й формувати певні цінності, естетичні смаки та ставлення до світу. І те, що естетична вагомість масових видів мистецтва не усвідомлюється певною частиною аудиторії й існує буденний тип ставлення до нього, – не є перешкодою для формування певних життєвих цінностей, тому що естетичне й на підсвідомому рівні активно бере участь у цьому процесі.

У сучасному масовому мистецтві соціокультурна роль феномена переживання, що втілює повноту людського світовідчуття, має велике значення. Шляхом спілкування з масовими видами мистецтва людина активно здобуває ті емоції, яких їй не вистачає в повсякденному житті. Яскравим прикладом цього є розвиток шоу-бізнесу в Україні [2].

Демократизація суспільного та господарчого життя спричинила появу перших пагонів нової недержавної культурної інфраструктури, яка нині охоплює передусім такі ділянки, як недержавні канали телебачення й радіо, шоу-бізнес, приватне книговидання, меншою мірою – образотворче мистецтво та його ринок, частково театр та ін.

З великими труднощами, але відбувається первісне нагромадження капіталу в шоу-бізнесі. Велику роль у цьому відіграють тривалі гастролі молодих виконавців по містах і містечках України, численні виступи в ресторанах і нічних клубах, закордонні заробітки. Частина вітчизняних бізнесменів, а також присутніх на українському ринку закордонних фірм усвідомили перспективність вкладання коштів у цю специфічну галузь вітчизняної економіки.

Уже створені основи інфраструктури музичного шоу-бізнесу у формі мистецьких агенцій, продюсерських центрів, фірм звукозапису, продукування відеокліпів, технічного забезпечення концертів. Серед них найвідоміші: продюсерська агенція «NOVA», компанія звукозапису «Нова рекордз», «Музична біржа», фірма звукозапису «Караван СД», «Зінтеко», українсько-британське СП «Комора», корпорація «Євро-шоу» та ін. Істотно

підвищилася конкурентноздатність українського телебачення.

Регулярно проводяться фестивалі й конкурси популярної музики: «Червона рута», «Таврійські ігри», «Юрмала», «Євробачення», дитячі конкурси: «Пісенний вернісаж», «Крок до зірок», «Дитяче євробачення», конкурси ім. Володимира Івасюка, ім. Назарія Яремчука та ін.

Також і не відстає теле-шоу-бізнес зі своїми проектами: «Голос країни», «Фабрика зірок», «Народна зірка» та ін.

Але далеко не всі виконавці мають можливість потрапити на такі конкурси, фестивалі та телепроекти, в силу своєї фінансової забезпеченості. Тому все частіше ми бачимо на сцені не талановитих митців мистецтва, а розкручений бренд продюсерів, до якого входять «виконавці», фінансово спроможні заплатити за свою розкрутку, але далеко не всі з них мають талант, індивідуальність і тому відносяться до знаменитостей-одноденкам. Тому сучасний шоу-бізнес та культура знаходиться у занедбаному стані загибелі.

Діячі музичної культури України справедливо зауважують, що зі здобуттям державної незалежності фактично зникли культурно-мистецькі центри, які координували діяльність академічних музикантів. Натомість правомірно констатувати наявність мережі шоу-бізнесу, мета якого полягає в тому, щоб «розкручувати» естрадних виконавців й отримувати максимально високі прибутки.

Класичну та фольклорну ж музику нерідко вважають чимось застарілим, неактуальним й навіть непотрібним у нашій країні.

Тому комерційна діяльність у галузі масової культури має програмуватися як цілеспрямована системна діяльність з продукування, організації тиражування, масового поширення та використання творів виконавських жанрів мистецтва (музики, театру, музично-естрадних шоу, екранних мистецтв тощо). Актуальним у зв'язку з цим видається створення корпоративної структури між радіостанціями, яка б ґрунтувалася на загальноприйнятних для неї принципах діяльності, що діють на медіа-ринку.

Так, конче необхідним є створення таких умов, за яких виграватимуть усі учасники шоу-ринку: і шоу-бізнес, і мас-медіа, і держава. Тому нині необхідно докладати всіх зусиль для реальної зміни ситуації в національному шоу-бізнесі та мас-медіа. Насамперед для успішного поступу українського шоу-бізнесу слід запровадити політику жорсткого протекціонізму, коли приблизно 80% музично-естрадного ефіру вітчизняні телерадіокомпанії згодні віддати вітчизняному виконавцеві без жодних обмежень. На початковому етапі становлення національного телевізійного шоу-бізнесу припустимим є напівпрофесійний рівень фонограм та кліпів і трансляції їх в ефірі. Передбачається «нульова» ставка на виступи вітчизняних виконавців й мінімальні авторські відрахування за теле- радіопродукування з метою заохочення та підтримки україномовного музичного простору. Але революційного зламу в процесі споживання естрадної продукції не відбудеться через вимогливість естетичних смаків. Справді, культурна людина має порівнювати свій рівень естетичної культури з ціннісною шкалою авторитетних фахівців: письменників, художників, композиторів тощо.

Висновки і пропозиції. Таким чином, серед засобів корегування впливу масової музики слід виокремити базові й універсальні механізми. Застосування їх уможливить налагодити контроль держави за ціннісним розвитком масової естрад-

ної музики як фактора соціалізації й піднесення рівня духовної культури нації і водночас забезпечити достатню економічну свободу розвитку естрадної творчості. Найголовнішим базовим механізмом запобігання негативним впливам масової музичної культури є кваліфіковане педагогічне керування процесом естетичного виховання молоді засобами молодіжної музичної субкультури. Воно має будуватися з урахуванням загального стану музично-естетичної обізнаності молодого покоління, а також його компетентності щодо творчості сучасних композиторів і виконавців. До найголовніших універсальних засобів корегування впливу масової музики належить вироблення

в українському законодавстві чіткого визначення поняття національного культурного продукту, приділення належної уваги формуванню професійного інституту продюсерства і відповідно здійснення обґрунтованої протекціоністської політики. Це сприятиме підвищенню художнього рівня сучасної української пісенної естради і стане істотною умовою контролю її суспільного впливу. Заснування, розвиток та поширення в мистецьких академіях нового профілю: «стилізація української народної пісні», де поєднується і фольклор, і естрада, і масова культура, що стане «золотою серединою» для шоу-бізнесу та актуальним і цінним для сучасного слухача.

Список літератури:

1. Джон Сторі. Теорія культури та масова культура. Вступний курс. – Київ: Вид-во «Акта», 2005. – 357 с.
2. Йоркіна Є. Б. Психолого-педагогічні умови формування індивідуального стилю виконавської діяльності музиканта-інструменталіста: автореф. дис. / Є. Б. Йоркіна. – К.: 1996. – 21 с.
3. Поплавський М. М. Шоу-бізнес: теорія, історія, практика: підруч. для студ. вищ. навч. закл. культури і мистецтв / М. М. Поплавський. – К.: КНУКіМ, 2001. – 559 с.
4. Поплавський М. М. Азбука публік релейшнз / М. М. Поплавський. – К.: Вид-во Дельта, 2007. – 288 с.
5. Шостак Г. В. Музика масових жанрів як фактор формування музичної культури підлітків: автореф. дис. / Г. В. Шостак. – К., 1996. – 22 с.

Корниенко В.Р.

Харьковская государственная академия культуры

ПОЗИТИВНОЕ И НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА УКРАИНСКИЙ ШОУ-БИЗНЕС

Аннотация

Массовая культура, как считает большинство ученых, существовала всегда, однако ранее не было такого весомого влияния на цивилизацию и на деятелей культуры и искусства, как в настоящее время. В массовой культуре есть множество научных определений. Все они сходятся в одном: они понимают под этим явлением широко распространены в обществе культурные элементы. В статье анализируются средства коррекции влияния массовой эстрадной музыки, рассматриваются возможные механизмы контроля государства за ценностным развитием массовой музыкальной культуры как фактора социализации и повышения уровня духовной культуры нации.

Ключевые слова: массовая культура, поп-культура, шоу-бизнес, массовая музыкальная культура, эстрадная песня, фольклор.

Kornienko V.R.

Kharkiv State Academy of Culture

POSITIVE AND NEGATIVE INFLUENCE OF MASS CULTURE ON UKRAINIAN SHOW BUSINESS

Summary

Mass culture, according to most scholars, has always existed, but had not previously had such a great impact on civilization and culture and art, as at present. In popular culture, there are many scientific definitions. They all agree on one thing: they understand this phenomenon is widespread in society cultural elements. The correction means of the influence of the mass variety music are analyzed, the possible mechanisms of the control by the state of the valuable development of the mass musical culture as the factor of the socialisation and raising of the level of the nation spiritual culture are considered in the article.

Keywords: mass culture, pop culture, show business, mass musical culture, pop song, folklore.